新媒体背景下传统媒体的转型路径分析

宋 芊
（河南广播电视台，河南 郑州 450000）

摘 要：近年来，我国网络技术发展的过程中，人们的阅读习惯开始发生很大的改变，网络新媒体传播速度也不断加快，传播的形式变得非常灵活，移动终端的出现也拓宽了新媒体在信息传播方面的范围。在此环境下，传统媒体必然要进行转型升级，汲取新媒体发展过程中的优势，充分认识自身的缺陷，并且扬长避短，在良好转型发展的过程中获得市场的立足之地。就研究新媒体背景下传统媒体的转型发展，提出几点转型路径，旨在为传统媒体在新媒体的环境中能够获取到更多的竞争优势、发展空间提供一定的帮助。

关键词：新媒体背景；传统媒体；转型路径；时代发展；创新体制　　**中图分类号：**G206　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）05-094-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.05.030
本文著录格式：宋芊．新媒体背景下传统媒体的转型路径分析 [J]. 中国传媒科技，2021（05）：94-96.

新媒体环境下，传统媒体要想更好的转型发展，就应该强化内容质量的管理力度，不断提升自身智能化水平，借助网络信息技术形成良好的转型发展思路与模式，促使传统媒体在新媒体的环境中良好转型升级。

1. 新媒体时代传统媒体发展问题分析

新媒体环境中，传统媒体在发展过程中面临着诸多的问题，对其长远的进步会造成不良影响。主要问题表现为：

1.1 内容的竞争力降低

新媒体环境中，由于媒体的类型很多、数量也很大，个体媒体的独特性被凸显出来，受到受众群体的喜爱，尤其是新媒体的相关平台，可以为受众提供个性化服务，所生产的内容非常新颖独特，并且具有实时性的特点，可以符合用户的碎片化需求。传统媒体在这个时代，生产的内容缺乏一定竞争力，难以结合受众的需求针对性地开展相关服务，内容过于单一、局限，无法和受众的个性化需求相互适应，在一定程度上会导致自身的服务和发展受到不良的影响，内容竞争力也会有所降低。[1]

1.2 发展观念落后

目前多数传统媒体行业在发展的过程中，已经开始创建自身特有的客户端平台和自媒体平台，但盲目地认为使用新媒体技术与相关平台就是进入到新媒体领域中是错误的。在新媒体的时代下，受众群体有着多元化的需求，传统媒体在使用新媒体技术的过程中，如果单纯地应用技术不转变自身的观念，也无法更好地为受众群体提供个性化的服务，难以起到促使传统媒体转型的作用。

2. 新媒体背景下传统媒体转型的要点

传统媒体要想在新媒体时代下更好的转型，就应该遵循相关要点，在努力转型的同时增强自身市场竞争力。主要的要点为：

2.1 遵循思维创新的基本要点

目前我国传统媒体在向着新媒体时代转型发展过程中，主要是通过自主建设相关平台、移动 App、微信公众号等形式处理，前两种方式需要投入的成本较高，耗费很多人力资源和物力资源，微信公众号平台能够减少成本。在此情况下，建议传统媒体能够形成思维创新的良好格局，以创新性的思维应用大数据技术，深入分析和挖掘受众群体的喜好信息、爱好特点等等，利用智能化的技术为受众推送需要的内容和新闻信息。这样可以确保信息推送的针对性和实时性，保证所有信息传播的有效性，同时还能在新媒体环境中严格控制新闻内容的质量，在先进技术与平台的支持下达到良好转型发展目的。[2]

2.2 遵循市场化发展的要点

新媒体环境下传统媒体在信息传播方面的手段和方法等发生了很大的改变，各种自媒体平台的出现使得网络中的新闻信息快速增多，受众群体在日常生活中就能够接触到大量丰富的新闻信息，这样很容易导致受众的注意力分散，不再只依靠传统媒体。在此状况下，传统媒体要想有效地实现转型升级目的，就应该遵循市场化发展的基本要点，按照市场受众群体的需求、要求等，合理生产内容，实时性进行新闻内容的传播和推广，在增强既有受众黏性的同时，获得到更多新受众群体的关注和喜爱。同时，传统媒体还需精细性、专业性地打造各种质量较高的新闻内容，在符合受众需求的同时使其在市场化运作的过程中，增强品牌的影响力，达到良好的社群化运用、转型发展的目的。[3]

2.3 遵循技术创新的要点

传统媒体在新媒体的时代下，应该重点遵循技术创新的基本要点，在合理创新技术的同时，能够在新媒体的环境中为受众群体提供高质量、专业化的服务，及时性地了解与掌握受众的需求。从多个层面注重自身服务的质量与受众的体验感，在一定程度上整合各种传统媒体的服务资源与服务优势，例如：创新性应用智能化技术、VR 技术、AR 技术等，通过科学化与高质量的服务方式提升各方面的服务工作质量与效果，确保在良好开展服务工作、促使自身转型发展的同时，达到良好的转型升级目的。

3. 新媒体背景下传统媒体转型的路径

新媒体的环境中，要想促使传统媒体的良好转型发展，就应该重视智能化技术的应用，强化内容质量的管理和控制，通过多元化的方式增强转型效果，改善当前的发展现状，不断优化相关传统媒体的转型路径和模式，达到预期的转型发展目标。[4]

3.1　合理应用智能化措施

面临新媒体所带来的冲击性影响，传统媒体在转型过程中应该将有价值的内容当作基础，重点关注转型期间技术方面的积累，利用提升技术水平的方式，促使传统媒体核心竞争力的良好发展和进步。在此期间还应将技术作为驱动，为用户提供个性化、人性化的服务，在满足其需求的同时，提升自身的服务质量，增强受众吸引力。新媒体时代和传统媒体相比，具有一定的移动化特点、社会化特点，可以准确的传播各种信息，在此期间应该重点开展精准性的定位工作，在弥补当前技术缺陷与不足的同时，充分意识到大数据技术在传统媒体转型过程中的价值，按照用户的个性化、独特性的需求，创建大数据库系统，利用大数据挖掘方式与分析方式等系统化、精准性的掌握用户的个性化特点、兴趣等等，针对性的提供服务。具体工作中应该将技术当做是传统媒体转型过程中的驱动力，积极应用智能化技术与大数据化技术，借助各种数据信息的分析和研究，合理的创新相关内容数据。同时可通过大数据技术对各类信息内容进行解读分析，在了解受众群体个性化需求的同时，利用大数据模型，收集受众的社会特点、体验需求等等，发挥传统媒体的权威性优势，为客户提供良好体验，这样在增强服务效果的同时还能确保传统媒体具有较高程度的影响力。[5]

3.2　将受众群体当作服务中心点

传统媒体在新媒体时代要想更好地赢得转型发展优势，就应该真正意义上将用户作为中心点，结合受众群体的需求增强其体验感，在吸引更多新受众的同时，增强既有受众的忠诚度。在传统媒体转型期间应该形成将受众群体的体验感当做核心的观念，利用先进技术措施进行转型，编制相应的转型战略计划与方案，确保自身转型升级的效果。而且在转型发展期间，应该利用互联网、大数据与物联网技术等等，创建相应的信息资源分享系统，尤其是可以进行传统媒体内容生产与制造的智能化技术，将其经营在转型工作中能够使得用户更好的沉淀，在合理匹配智能系统的同时，重新进行用户的连接。首先，应该将受众群体当做核心部分，强调其在传统媒体方面的体验感，以受众的痛点当作出发点，结合其实际需求进行自身服务的延伸处理，借此满足受众的个性化、独特性的服务需求。[6] 其次，利用大数据的信息资源共享平台，合理的导入历史数据信息，强化接口方面的建设力度，有效汇聚媒体、互联网等各种资源的同时，不断地拓宽自身信息发展功能与管理功能。与此同时，在生产内容期间，也应该强化各种平台的建设力度，创建智能化的新闻线索决策平台、编辑平台与发布平台，确保相关传统媒体在传播信息的过程中，能够向着智能化方向与个性化的方向进步，保证媒体编辑工作的效率与效果，在个性化设计新闻编辑终端的同时合理应用大数据技术、智能化技术等，将各种新闻资讯信息与服务等，准确性地推送给潜在受众群体，增加受众面的基础上满足其根本需求。最后，建设相关平台的过程中，应该着力关注有关用户与受众群体的沉淀，尤其是核心用户，可以通过技术进行数据信息的分析与采集处理，通过大数据分发模型还有相关的算法，准确刻画受众群体的习惯，从多个层面开展受众行为轨迹的分析工作，保证能够准确地开展营销工作、管理工作等等，为受众提供多元化、智能化的服务。[7]

3.3　利用互联网技术进行转型发展

传统媒体在新媒体时代下进行转型，应该积极运用互联网形成良好的转型发展思路，将移动客户端当作主体部分，利用内部的传播模式、盈利模式等，形成相互之间的良好互动。首先，在转型期间应重点按照受众的认知特点，合理应用多媒体技术、大数据技术、虚拟现实技术等等，打造良好的生态系统，创建能够持续发展的良好商业模式，自动和受众群体的信息相互匹配。尤其需要利用相关的公开化数据系统，全面掌握受众群体的各种资源和信息，在智慧城市建设背景下抓住自身的发展机遇，建设较为良好的智能化发展平台，将自己设定成智能化城市发展过程中的运营方。其次，应该给予互联网发展规律一定的尊重和支持，形成全新的服务理念，创建将互联网作为基础的信息化服务商业模式和体系，合理开发和受众之间共享盈利的良好形式，这样不仅能够增加自身在新媒体环境之下的转型与竞争优势，还能不断增加用户的数量，实现最终的用户沉淀和发展目的。[8]

3.4　强化对内容质量的管理

网络技术的发展，为传统媒体带来了一定的影响，尤其是在网络平台具有一定便捷性、编辑性特点的情况下，受众对相关内容提出了更高质量的追求。对于传统媒体来讲，是将所生产的内容当做是依托部分，利用舆论引导的形式进行操作，但是在传统媒体发展期间，缺少价值较高的新闻内容与信息，很难形成舆论的良好带动作用，而新媒体环境下，一些可以制造出流量的热点内容，会受到受众的广泛关注和认可。所以在新媒体的环境背景之下，传统媒体应该结合自身情况进行转型发展，强化内容考核力度的同时，全面挖掘具有一定价值的信息和内容，使得受众对相关内容更加关注。所以，建议传统媒体在实际发展的过程中，能够结合自身的需求严格开展内容考核工作，在挖掘具有一定价值线索的同时，增强传统媒体本身的核心竞争力，从根本上增强竞争效果。与此同时，还需深入地调整新媒体时代下传统媒体的信息传播形式、传播技巧等等，在符合人们个性化、独特性需求的同时，和现代化的传播条件相适应。与此同时，传统媒体在选择相关信息传播平台期间，应该利用既有平台开展工作，将用户当做核心目标，通过和受众的良好连接，将之前普通性的用户转变成为传统媒体的铁杆粉丝。从传统媒体的具体表现形式的层面来讲，应该积极借鉴新媒体在传播发展过程中的多元化特点，和时代发展需求、用户需求等相互适应，在丰富传统媒体内容的同时，保证内容的生产质量，改革创新相关的信息采集模式与传播模式，确保传统媒体能够在新媒体环境下更好地进行信息传播、内容生产等等。[9] 例如：在生产新闻内容期间，可以利用视频的形式、语音的形式等进行处理，从文风层面也需要改变传统说教风格，积极学习新媒体环境下各种具有审美性特点和娱乐性特点的内容，选用简单朴实、趣味性强的语言等开展新闻报道活动，这样在创建生动性内容、趣味性内容的同时，可以增强受众群体在传统媒体方面的忠诚度。而且建议传统媒体能够借助新媒体的平台和系统等，强化新闻版

权方面的管理力度，合理保护原创内容的同时，形成正确的版权观念意识，这样不仅能够改善和创新相关的传统媒体新闻内容，还能预防原创版权受到侵害。另外，应该创建传统媒体与新媒体平台之间较为良好的长效融合体系，促使新媒体良好进步，尤其是信息冗杂的环境背景下，传播质量较高的新闻信息和内容，能够使得传播者在竞争环境中脱颖而出，而且还能为相关的用户留下十分深刻的印象，形成良好的内容质量管理模式。尤其是在近年来信息冗余的新媒体环境中，合理地生产优质化的内容，能够使得信息内容传播者在竞争的过程中脱颖而出，在一定程度上推动传统媒体的良好转型升级。[10]

结语

综上所述，新媒体的背景下，我国传统媒体在发展的过程中面临很多困境和挑战，为了能够更好地进行转型升级，应该遵循技术创新、思维创新的基本要点，借助各种创新方式获得更多的竞争优势。同时还需积极打造相关的发展平台，增强传统媒体所生产内容的质量，确保在新时代的环境之下能够借助合理的方式增强传统媒体的生产能力和竞争能力。媒

参考文献

[1] 林晓阳．中国传统连环画艺术样式借助数字新媒体技术发展探析 [J]. 中国传媒科技，2020（7）：63-65.
[2] 林喆．新媒体时代中国传统文化传播的机遇与挑战 [J]. 传媒论坛，2020，3（8）：127-128.
[3] 彭言．新媒体时代中国传统文化传播的机遇与挑战 [J]. 传媒论坛，2019，2（22）：74，76.
[4] 吕煜旻．新媒体与传统媒体的融合与互动 [J]. 中国传媒科技，2021（1）：47-49.
[5] 严伊琳．浅谈大数据时代新媒体与传统媒体间的冲击及融合路径 [J]. 中国传媒科技，2021（1）：50-52.
[6] 贾潍璐．大数据时代传统媒体与新媒体融合发展路径探索 [J]. 中国传媒科技，2020（5）：62-63.
[7] 曹娅．传统图书出版与新媒体融合发展路径研究 [J]. 中国传媒科技，2020（8）：57-59.
[8] 乔慧康．浅析新媒体对广电传媒发展的影响 [J]. 中国传媒科技，2020（1）：88-90.
[9] 杨西梅．探讨新媒体时代下传统广播电视与新媒体融合发展 [J]. 中国传媒科技，2020（1）：56-58.
[10] 张丽萍．基于全媒体的传统媒体与新媒体的融合策略研究 [J]. 中国传媒科技，2020（5）：73-75.

作者简介：宋苹（1982-），女，河南平顶山，助理编辑，研究方向：电视新闻。

（责任编辑：胡杨）

（上接第93页）

另外，融媒体时代电视新闻编辑工作人员还需要发挥自身的主观能动性，善于在生活、工作中发现新闻，实现自身从融媒体时代电视新闻的制作者、传播者向发现者的转变，进而带给广大人民群众焕然一新的新闻收看之感。

4.3 提升技能水平

众所周知，目前国内处于一个高速发展的信息时代，各种信息化技术已经在各个领域内进行应用，电视新闻编辑工作领域亦是如此。相关的从业人员需要注重提升自身的编辑技能水平，需要根据国家标准，以客观角度编辑新闻内容，确保内容的可靠性与真实性，不断提高自身的专业水平。[8] 例如，融媒体时代电视新闻在内容编辑过程中，需要尽可能与社会大众之间产生联系，并且是紧密的联系，吸取积极意见，对于文字和语音等等形式的信息进行充分的利用，这样才能促使融媒体时代电视新闻编辑工作实现创新发展。

结语

综上所述，融媒体时代对电视新闻编辑提出了崭新且更高的要求。面对着这种情况，相关的电视新闻从业人员一定要给予高度的重视，提升自身的创新水平和编辑质量，促使电视新闻节目质量得到相应的提升，满足社会大众对于电视新闻的需求。同时，相关的单位和从业人员需要不断地学习，保持高度的与时俱进，时刻为社会大众提供最新的新闻内容，创新新闻报道方法。媒

参考文献

[1] 李朝敏．融媒体时代电视新闻编辑的创新与融合能力探讨 [J]. 记者观察，2020（36）：46-47.
[2] 宁建卿．融媒体背景下电视新闻编辑创新意识分析 [N]. 山西经济日报，2020-12-25（003）.
[3] 毛小勤．融媒体时代电视新闻编辑的创新意识及融合能力探析 [J]. 西部广播电视，2020，41（22）：164-166.
[4] 陈晖．融媒体时代电视新闻编辑的转型与创新 [J]. 声屏世界，2020（20）：88-89.
[5] 寇明媛．融媒体时代电视新闻编辑创新意识的培养 [J]. 记者摇篮，2020（10）：113-114.
[6] 张琨悦．融媒体时代电视新闻编辑的创新 [J]. 记者摇篮，2020（10）：140-141.
[7] 高玉洁．融媒体下广播电视新闻编辑工作的创新性思考 [J]. 传媒论坛，2020，3（17）：45-46.
[8] 卢武林．分析融媒体时代电视新闻编辑的创新意识和融合能力 [J]. 电子元器件与信息技术，2020，4（07）：39-40.

作者简介：何天天（1982-），女，河南内乡，助理编辑，初级职称，研究方向：新闻编辑。

（责任编辑：张晓婧）